

블록체인과 조직화*

노 상 규**

.....

본 연구에서는 최근 이슈가 되고 있는 블록체인이 무엇이며 암호화 화폐는 어떤 역할을 하는지 알아보고, 블록체인이 가져올 사회적, 경제적 변화에 대해 살펴본다. 특히 조직화에 미치는 영향에 대해 심도있게 살펴본다. 블록체인은 아무도 책임지는 사람이 없지만 고객들이 믿고 사용하게 할 뿐 아니라, 고객들이 직접 운영에 참여하고, 참여한 고객들에게 경제적 보상을 제공하며, 고객들이 직접 소유하는 것이 가능하게 함으로써 ‘조직없는 조직화’의 적용 영역, 구현 가능성, 규모의 확장성을 활짝 열었다.

주제어: 블록체인, 조직화, 조직없는 조직화

.....

최근 들어 비트코인과 이더(이더리움의 화폐) 등의 가격이 급등하면서 암호화 화폐(cryptocurrency), 블록체인(blockchain)에 대한 대중의 관심이 높아졌다. 하지만 여전히 비트코인을 비롯한 블록체인에 대한 일반의 이해는 오해에 가깝다. 예를 들어, 블록체인을 암호화 화폐(cryptocurrency)의 관점에서 투자(투기) 대상으로만 보는 것이다. 다른 한편으로는 분산장부(distributed ledger)의 관점에서 기존 시스템을 더욱 효율화하고 고도화할 기술로만 생각하는 것이다.

이러한 오해는 블록체인이 가져올 변화에 대해 무시하거나 과소평가하는 결과를 가져온다. 하지만 블록체인은 크게 세 가지 측면에서 금융, 조직, 경제, 사회에 혁명적인 변화를 가져올 것이다.

첫째, 블록체인은 유무형의 자산(가치)을 안전하게 저장할 수 있다. 둘째, 이렇게 저장된 자산은 스마트 컨트랙트(smart contract)를 이용하여 안전하게 거래할 수 있다. 셋째, 나아가 블록체인은 우리가 협업하고 조직화하는 방식을 완전히 바꿀 수 있다.

*본 연구는 서울대학교 경영연구소의 연구비 지원을 받아 수행되었다.

**서울대학교 경영대학 교수

이 글에서는 블록체인이 무엇이며 암호화 화폐는 어떤 역할을 하는지 간단히 알아보고, 위의 3가지 관점에서 블록체인이 세상에 어떤 영향을 미치게 될 것인지 살펴보고 블록체인이 조직화에 미치는 영향에 대해 심도있게 살펴본다.

I. 블록체인과 암호화 화폐

1. 블록체인이란 무엇인가?

첫째, 블록체인 시스템은 한마디로 인터넷상에서 중개자(middleman) 없이 거래 당사자 간의 직접 거래(금융 거래뿐 아니라 다양한 유형의 거래)를 가능케 하는 시스템이다. 예를 들어, 블록체인을 이용하면 은행이나 트랜스퍼와이즈(P2P 외환 송금 서비스)와 같은 핀테크 기업 없이 중국에 있는 개인과 안전하게 외환거래를 할 수 있었다.

둘째, 블록체인 시스템은 분산 장부(좁은 의미의 블록체인), 즉 모든 거래 참여자들이 거래를 기록하고 공유하는 공개장부를 기반으로 작동하는 시스템으로 다음과 같은 속성을 지니고 있다.

- 국가나 지역과 관계없이 누구나 참여 및 접근이 가능하다.
- 다운되지 않으며, 누구도 멈출 수 없으며, 해킹이 불가능하다.
- 거래의 실행이 100% 보장되며 누구든지 거래의 내용 및 결과를 확인할 수 있다.
- 거래 결과는 영원히 저장되며 위변조될 수 없다.

그렇다면 암호화 화폐는 이러한 시스템에서 어떤 역할을 할까?

2. 암호화 화폐의 역할

암호화 화폐는 블록체인 시스템의 내부 자산(internal capital)으로, 거래의 매개체로 이용되기도 하지만 블록체인 시스템을 안전하게 유지하는 데 사용되기도 한다.

블록체인 시스템은 암호학(cryptography)과 경제시스템(economic system)이 절묘하게 조합된 시스템이다(소위 cryptoeconomic system). 블록체인 시스템은 누구도 참여를 강제할

수 없다. 따라서 참여자가 자발적으로 참여할 수 있는 인센티브를 제공해야 한다. 또한 누구나 참여할 수 있기 때문에, 즉 아무도 믿을 수 없기 때문에, 이들이 규칙을 따르는 것이 규칙을 깨는 것(예를 들어 해킹)보다 훨씬 더 이익이 되도록 해야 한다. 암호화 화폐는 이러한 인센티브 시스템의 근간이다.

예를 들어 비트코인(BTC)이나 이더(ETH)는 분산장부를 안전하게 지키는 채굴자에게 보상으로 제공됨으로써 채굴자 개개인의 경제적 인센티브와 블록체인 참여자 전체의 목표를 정렬(align)시키는 역할을 한다.

또한 암호화 화폐는 기존의 기업 관점에서 보면 주식의 역할을 하기도 한다. 비트코인이나 이더리움의 경우 기존의 기업과는 많이 다르지만 경제적 시스템인 것은 틀림없다. 하지만 주식이 존재하지 않기 때문에 암호화 화폐의 가치가 전체 시스템의 가치를 반영한다고 할 수도 있다.

II. 왜 블록체인인가?

1. 자산의 인터넷

블록체인은 화폐와 같이 위조나 변조가 되어서는 안 되는 모든 형태의 자산(가치)을 안전하게 저장할 수 있다. 예를 들어, 자동차의 소유권을 블록체인의 토큰(증서)으로 저장하고 권리를 행사할 수 있다. 우리가 아는 인터넷이 정보의 인터넷이었다면 블록체인은 자산(가치)의 인터넷이라 할 수 있다. 자산의 인터넷이 앞으로 가져올 변화는 정보의 인터넷이 가져온 변화를 넘어설 것이다.

2. 스마트 컨트랙트

이렇게 저장된 자산은 스마트 컨트랙트(smart contract)(Szabo, 1996)를 이용하여 다양한 형태의 거래를 안전하게 수행할 수 있다. 스마트 컨트랙트는 “디지털 자산을 직접 소유하는 컴퓨터 프로그램”(Buterin, 2016)으로 거래 당사자가 서로 믿지 못하는 경우(counter party risk가 있는 경우)에도 중개자(trusted 3rd party) 없이 당사자 간의 거래를 보장한다. 예를 들어, 자신의 차를 장기대여하고 매월 대여료를 받는 거래를 생각해 보자. 가장 큰

위험은 거래 상대방이 대여료를 내지 않는 것이다. 스마트 컨트랙트를 이용하면 대여료가 한 달 이상 연체되었을 때 차문이 열리지 않도록 할 수 있다.

우리의 삶은 형식적·비형식적 계약으로 둘러싸여 있다. 고용주와는 근로계약을, 은행과는 금융거래 계약을, 보험사와는 보험계약을, 배우자와는 혼인서약을, 정치인들과는 알고도 당하는 계약을 맺는다. 많은 조직, 사회, 경제, 정치적 문제들이 이러한 계약이 제대로 지켜지지 않을 때 야기되고 이를 해결하기 위해 엄청난 사회·경제적 비용(예를 들어, 소송 비용)이 든다. 스마트 컨트랙트는 계약의 수행을 보장함으로써 이러한 비용을 획기적으로 줄일 수 있다.

3. 조직 없는 조직화

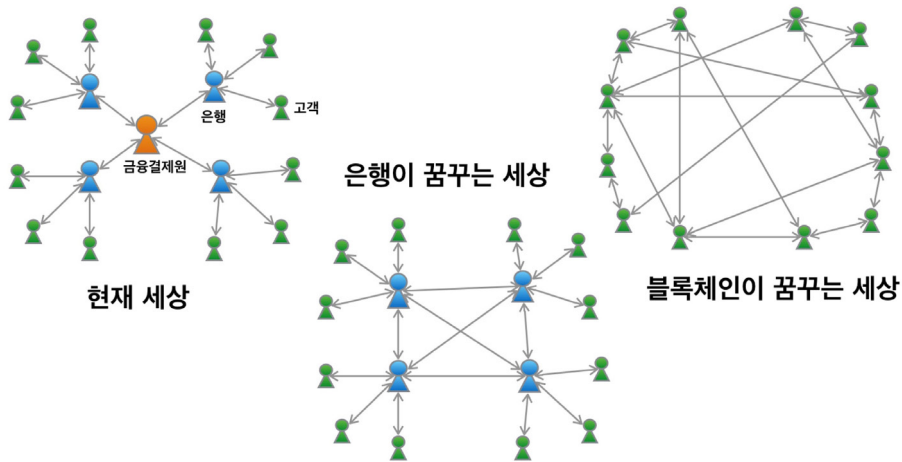
이러한 스마트 컨트랙트와 암호화 화폐에 기반한 인센티브 시스템은 우리가 협업하고 조직화하는 방식을 완전히 바꿀 수 있다. 블록체인은 소위 DO(Decentralized Organization) 또는 DAO(Decentralized Autonomous Organization)를 가능케 한다. 비트코인이나, 이더리움이 대표적인 사례이다. 실패한 실험으로 끝났지만 직원없는 벤처캐피털, The DAO는 DAO의 가능성을 충분히 보여주었다. 이러한 시스템은 기존의 조직에 비해 더 민주적이고, 공평하고, 효율적이며, 유연하다.

III. 블록체인이 꿈꾸는 세상: 3가지의 종말

블록체인은 지금까지 우리가 알고 있던 세상과는 완전히 다른 세상을 꿈꾸고 있다. 3가지 측면에서 혁명적이라 할 수 있다.

1. 중개상의 종말(End of Middlemen)

블록체인 시스템은 기존의 중개상이 더는 필요없게 만든다. 예를 들어 비트코인을 이용하면 기존의 은행이나 금융결제원이 필요없다. 대부분의 은행들은 블록체인(분산장부)을 이용하여 금융결제원(은행 간의 중개상)을 없애려 하지만 블록체인은 은행 자체를 없앤다. 중개상의 역할(예를 들어, 위험 분산, 정보 비대칭 해소 등)을 참여자들이 나누어 하고



출처: Organic Media Lab, 2018.

〈그림 1〉 블록체인이 꿈꾸는 세상

참여자 간에 직접 거래를 함으로써 사회·경제적 비용을 획기적으로 줄일 수 있다.

2. 계층구조의 종말(End of Hierarchy)

블록체인 시스템에는 계층구조가 존재하지 않는다. 비트코인이나 이더리움에는 상사나 부하 직원이 없다. 모두가 동료(peer)이다. 다만 각각의 역할이 다르고 영향력이 다를 뿐이다. 의사 결정은 민주주의적인 방법으로 한다(우리가 아는 민주주의와는 형식적으로는 많이 다르다. 예를 들어, Proof of Work, Proof of Stake, Liquid Democracy, Futarchy 등이 있다). 그 누구도 통제하지 않지만 모두가 통제하는 조직이다. 이러한 네트워크 구조는 계층구조가 가진 여러 가지 단점[예를 들어, 높은 소통 비용, 대리인 비용(agency costs)]을 획기적으로 줄이면서도 높은 확장성(scalability)과 유연성(flexibility)을 가진다.

3. 경계의 종말(End of Boundary)

블록체인 시스템은 서비스 제공자와 고객이 분리되지 않는다. 비트코인에서는 우리(참여자, 고객)가 은행인 것이다. 우리가 이 시스템 전체를 능동적으로 움직이는 주체가 되어 직접 화폐를 발행하고, 거래를 승인하고, 화폐의 가치를 결정하며, 보안을 책임진다. 참여

자 전체가 은행이자 고객인 것이다.

IV. 두 가지 변화

블록체인이 가져올 가장 큰 변화는 우리가 협업하고 조직화하는 방식을 완전히 바꿀 수 있다는 것이다. 하지만 많은 블록체인 프로젝트는 여전히 우리가 수십 년간 익숙해진 기존의 틀에서 벗어나지 못하고 블록체인의 탈을 쓴 전통 조직일 뿐이다. 블록체인이 가져오는 조직의 변화를 이해하기 위해서는 조직이 이미 겪고 있는 두 가지의 변화를 이해해야 한다. 하나는 가치가 만들어지는 방식이며 다른 하나는 조직의 구조이다. 이 두 가지 변화의 의미를 살펴보고 이에 따른 조직의 유형을 4가지로 정리하겠다. 마지막으로 이 변화 과정에서 블록체인의 역할에 대해 간단히 정리한다.

1. 고객에서 직원으로(From Customers to Employees)

오가닉 비즈니스에서 누차 강조했듯이 가치의 중심이 노드(Node/Thing/Device)에서 링크(Link/Connection/Network)로 이동했다. 이것이 첫 번째 변화이다. 하지만 수년간의 경험에 의하면 가치의 중심이 노드에서 링크로 이동하였다는 사실을 대부분의 사람들이 쉽게 받아들이지 못한다. 이해한다 하더라도 머리로만 이해하고 가슴으로는 이해하지 못하는 경우가 대부분이다. 콘텐츠 중심적 사고, 플랫폼 중심적 사고, 광고·마케팅 중심의

〈표 1〉 가치 창출 구조(Value Creation Structure)

| | 닫힌 기업(Closed Firm) | 열린 네트워크(Open Network) |
|----------------------|--|---|
| 관계 (Relationship) | 직원 vs. 고객 (Employees vs. Customers) | 직원 = 고객 (Customers as Employees) |
| 역할 (Role) | 제조 vs. 구매 (Make & Sell vs. Buy & Consume) | 서로 도움 (Help each other to create, share, & experience value) |
| 목적/방향 (Goal) | 기업 가치 vs. 고객 가치 (Firm value maximization vs. Consumer value maximization) | 공유 가치/한 방향 (Shared/Aligned goals) |

출처: Organic Media Lab, 2018.

사고 등이 그러한 증거이다.

대부분의 기업은 여전히 자신이 가치를 만드는 주체이고 고객들은 이를 구매하고 이용하는 대상으로 생각한다. 이러한 사고에서는 기업의 목적(기업 가치의 극대화)과 고객의 목적은 항상 대치될 수밖에 없고 직원과 고객 간에는 명백한 경계가 존재한다.

연결·네트워크가 가치의 중심이 된다는 것은 한마디로 기업이 고객들을 위해 가치를 만드는 것이 아니라 고객들이 기업을 위해서 가치를 만드는 것이다. 기업의 역할은 고객들이 가치를 잘 만들도록 돕는 것이다. 이러한 과정에서 일어나는 것이 기업과 고객 간 경계의 소멸이다. 더 이상 누가 고객인지 직원인지 구분하기 어려워지고 모두가 한마음으로 한 방향을 바라보며 가치를 만들고, 공유하고, 경험한다. 아마존, 페이스북과 같은 기업이나 비트코인, 이더리움과 같은 블록체인에서는 고객이 직원이다.

고객이 직원이 됨으로써 직원만이 가치를 만들 때 보다 훨씬 큰 가치를 적은 비용으로 만들 수 있다. 많은 기업들이 경제적 보상을 통해 고객들이 기업을 위해 일하게 하려 하지만 이는(직원이 기업을 위해 일하게 만드는) 기존의 보상 체계 방식이나 관점으로는 불가능하다. 고객의 문제에서 출발하여 기업의 목적, 역할, 고객 관계의 재정립이 필요하다. 예를 들어, 아마존은 고객의 구매의사결정 문제에서 출발하여 기업의 목적, 역할, 고객과의 관계가 설정되어 있다. 그 결과 아마존의 고객은 자신의 문제를 해결하기 위해 열심히 일하는 것(단지 둘러보고, 구매하고 등)뿐인데 결과적으로는 아마존을 위해 일하고 있는 것이다.

2. 부하에서 동료로(From Employees to Peers)

또 다른 변화는 조직구조의 변화이다. 조직구조가 계층 구조에서 네트워크 구조로 이동하고 있다.

기존의 조직은 계층 구조에 기반한다. 우리가 경험하고 속한 거의 모든 조직이 여기에 속한다. 아무리 플랫 조직, 수평적 조직을 강조하더라도 기본적인 전제는 피라미드 구조이다. 이러한 조직에는 피라미드가 존재한다. 말단 사원부터 시작해서 가장 꼭대기에 사장(조직의 장)이 있다. 사장의 지시대로 일사불란하게 움직이는 것이 미덕이고 이를 따르지 않으면 벌을 받는 것이 당연하다. 아무리 권한을 부여받았다 하더라도 사장 마음에 안 들면 언제든지 뒤집어질 수 있다. 다단계 판매 조직이 아니라도 위로 올라갈수록 얻는 것이 많기 때문에 남을 밟고라도 올라가려고 기를 쓴다. 조직(의 장)으로부터 주어진 목적

〈표 2〉 조직 구조(Organizational Structure)

| | 계층 구조(Hierarchy) | 네트워크 구조(Network) |
|----------------------|--|--|
| 관계 (Relationship) | 상하 관계 (Boss to Employee) | 동료 관계 (Peer to Peer) |
| 역할 (Role) | 명령/통제 vs. 수행/보고 (Command & Control vs. Do & Report) | 서로 도움 (Help each other to help himself/herself) |
| 목적/방향 (Goal) | 주어진 목적 (Given goal) | 공유된 목적 (Shared goal) |

출처: Organic Media Lab, 2018.

과 부하 직원의 목적과 방향이 다를 수밖에 없다.

이러한 구조는 조직이 가야 할 방향이 뚜렷하고 환경의 변화가 적을 때 가장 효율적이지만 기업 환경이 복잡해지고 변화가 극심해 환경에의 적응이 더욱 중요한 때에는 적합하지 못하다(Laloux and Wilber, 2014).

조직이 네트워크화된다는 것은 우선 상하 관계가 사라진다는 것을 의미한다. 리더는 존재하지만 명령을 내리고 통제하는 사장은 존재하지 않는다(Brafman and Beckstrom, 2006). 모두가 동료(peer)로서 공감하고 공유하는 목적을 가지고 각자 가장 잘할 수 있는 역할을 (찾아) 수행한다. 이러한 형태의 조직이 어떻게 제대로 된 것을 만들 수 있을까 의심스러울 수 있다. 그러나 리눅스(오픈소스 소프트웨어 프로젝트)나 비트코인(블록체인)은 명령하고 통제하는 사장이 없지만 세상을 바꾸는 가치를 만들고 있다. 혼돈 속에서 질서가 탄생하는 것이다(Raymond, 1999).

네트워크 조직은 상사의 결재를 받지 않고도 의사결정하고 행동에 옮길 수 있는 구조이다. 따라서 환경에의 적응력이 뛰어나며 끊임없는 진화가 가능하다. 하지만 이러한 구조가 제대로 작동하기 위해서는 모든 구성원이 공유된 가치를 가지고 한 방향을 보도록 (지속적인 조정을) 해야 한다. 예를 들어, 리눅스 프로젝트에는 마이크로소프트 윈도가 악(?)이라고 생각하는 누구나 참여할 수 있다. 상사가 맡긴 일을 하는 것이 아니라 자신이 도울 수 있는 일을 하고 이를 동료들이 인정하면서 역할을 찾아간다.

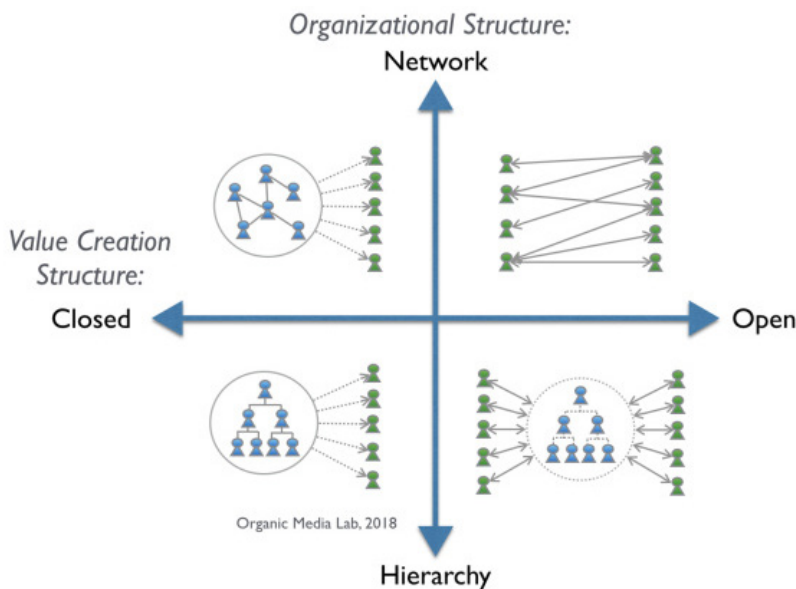
자포스는 계층구조 조직에서 네트워크 구조로 전환한 대표적인 사례로 이러한 변화가 조직도상의 변화가 아니라 조직의 기본 전제부터 제도, 문화에 이르는 조직 전반에 걸친 변화임을 잘 보여준다.

V. 조직의 4가지 유형(4 Types of Organizations)

이러한 두 가지 변화를 도식화하면 아래와 같다. 가로 축은 가치를 창출하는 구조의 변화에 따른 고객과의 관계 변화를 나타낸다. 기업이 가치를 만들고 이를 고객에게 설득하는 구조에서 기업과 고객이 같이 가치를 만드는 구조로 변하고 있다. 즉 기업과 고객 간의 경계가 허물어지고 있다. 세로 축은 조직 구조의 변화에 따른 직원 간의 관계 변화를 나타낸다. 상사가 부하에게 명령하는 계층 구조에서 서로를 돕는 동료 네트워크로 변하고 있다.

1. Closed Hierarchy: Bureaucracy

대부분의 조직은 계층 구조에 기반하며 직원과 고객의 경계가 명확하다. 이러한 유형의 대표적 사례가 관료제(Bureaucracy)이다. 관료제는 체계적 절차(systematic process)와 계층(organized hierarchy)에 기반한 조직이다. 인터넷이 발전하기 전까지는 관료제는 대규모 협업을 가능케 하는 거의 유일한 방법이었다. 대규모 협업을 통한 규모의 경제는 이러한 조직의 경쟁력을 높였고 이는 관료제를 더욱 강화하는 결과를 가져왔다. 관료제 조직



〈그림 2〉 조직의 4가지 유형

은 급변하는 환경에 적응하기에 부적합하지만 우리에게 너무나 익숙한 구조이기 때문에 대부분은 이 틀을 벗어나지 못한다. 다양한 방식(Task Force, 수평 조직, 프로세스 조직 등)으로 약점을 보완하려 하지만 관료제의 한계를 벗어나기는 어렵다.

2. Closed Network: Holacracy

조직 내부의 구조는 네트워크에 기반하지만 직원과 고객의 경계는 여전히 명확한 경우다. 대표적인 사례가 홀라크라시(Holacracy)이다(Robertson, 2015). 홀라크라시는 일반적으로 서클(circle)이라 불리는 자율 관리 팀(Self-managed team)을 기반으로 이루어져 있으며 역할에 따라 책임과 권한이 분산되어 있는 조직이다. 예를 들어, 모닝스타의 경우 상사가 존재하지 않으며 자신과 협업하는 동료들과의 약속(Colleague Letter of Understanding)만이 존재한다. 스스로 자신의 역할에 책임을 지고 협업하는 동료들이 평가한다.

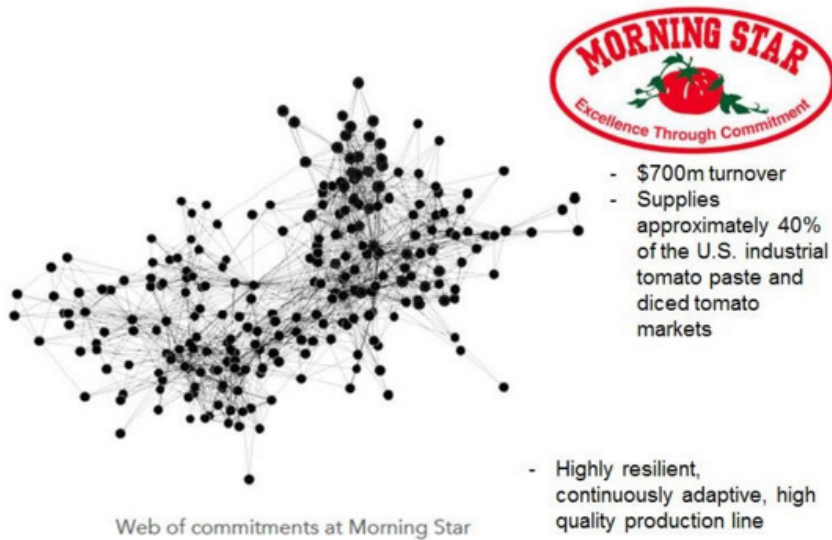
3. Open Hierarchy: Hybrid Organization

계층 구조와 네트워크가 공존하는 하이브리드 조직이다. 전통적인 조직 구조에 기반하지만 직원으로서의 고객이 만드는 네트워크가 공존한다. 법적으로는 직원과 고객 간의 경계가 명확하지만 실질적으로는 고객이 직원이다. 이러한 조직의 장점은 작은 규모의 조직으로 (고객의 도움으로) 네트워크 효과를 만들 수 있으며 무한대 규모의 비즈니스가 가능하다는 것이다. 하지만 고객이 만드는 대부분의 가치를 기업이 독식한다.

아마존, 페이스북, 우버, 테슬라 등이 대표적 사례이다. 2018년 8월 현재 페이스북의 직원은 3만 명에 불과하지만 22억 명이 넘는 사용자가 직원으로서 페이스북의 가치를 만든다. 하지만 사용자가 원하던 원치 않던 제공한 개인 정보, 그들이 기꺼이 만든 콘텐츠 등이 페이스북의 자산으로서 활용(악용)됨으로써 소수의 페이스북 주주들은 부를 독식하고 사용자들은 개인 정보를 모두 털리는 결과를 낳았다.

4. Open Network: Organizing without Organizations

더 이상 직원, 고객, 상사, 부하의 관계가 존재하지 않고 모두가 동료인 조직이다. 누구나 참여할 수 있고 언제든지 떠날 수 있기에 ‘조직 없는 조직화(Organizing Without



출처: <https://medium.com/@jessicajprentice/the-most-dangerous-notion-in-reinventing-organizations-9032930295e2>

〈그림 3〉 모닝스타의 조직도

Organizations)’이다. 조직 없는 조직화는 누구도 통제하지 않지만 모두가 통제하고, 각자 일하지만(행동하지만) 서로를 위해 일(행동)하며, 아무도 믿을 수 없지만 전체는 믿을 수 있는 네트워크를 만들어 가는 과정이자 결과이다(윤지영, 2018).

비트코인, 이더리움 등 블록체인의 기반의 조직이 대표적인 사례로 이러한 조직을 DAO(Decentralized Autonomous Organization)라고도 한다. 리눅스와 같은 오픈소스 소프트웨어 프로젝트도 여기에 해당한다.

VI. 블록체인의 역할(Role of Blockchain)

블록체인은 아무도 책임지는 사람이 없지만 고객들이 믿고 사용하게 할 뿐 아니라, 고객들이 직접 운영에 참여하고, 참여한 고객들에게 경제적 보상을 제공하며, 고객들이 직접 소유하는 것이 가능하게 함으로써 ‘조직 없는 조직화’의 적용 영역, 구현 가능성, 규모의 확장성을 활짝 열었다.

1. 조작·위반이 불가능한 비즈니스 규칙의 구현

조직의 유형을 막론하고 가장 큰 문제 중 하나는 여러 가지 이유로 지켜야 할 원칙·규칙이 지켜지지 않는 것이다. 강요에 의하거나, 자신의 개인적 이익을 위해서거나, 몰라서거나, 이유를 막론하고 원칙이나 규칙이 지켜지지 않거나 임의로 변경될 때 조직의 효율성과 Integrity가 떨어지고 결과적으로는 조직에 대한 불신에 이르게 된다. 특히 누구나 참여하고 언제든지 떠날 수 있는 조직에서는 규칙을 존중(honor)하게 하는 방법 말고는 특별한 대안이 존재하지 않았다. 블록체인은 조작이나 위반이 불가능한(Incorruptible and unbreakable) 비즈니스 규칙의 구현을 가능케 함으로써 사장도 없고 경계도 없는 조직을 가능케 했다.

2. 경제적 보상 제공

기존의 네트워크 조직에서는 고객들이 가치 창출에 기여함으로써 얻을 수 있는 대가가 평판, 자기만족 등 비경제적인 보상이 주를 이루었다. 비경제적 보상이 고객의 참여에 매우 중요한 역할을 하지만 한계가 있다. 예를 들어, 조직의 운영에 컴퓨팅 자원이 필요한 경우 무상으로 참여를 이끌어 내는 것은 무리이다. 비트코인(조직)은 비트코인(암호화폐)을 주고 (마이닝에 필요한) 컴퓨팅 자원을 구매함으로써 작동한다. 이러한 경제적 보상은 위에서 언급한 조작·위반이 불가능한 비즈니스 규칙의 구현과도 밀접한 관계가 있다.

3. 투명한 정보공유

효율적이며 효과적인 협업을 위해서는 정보의 공유가 매우 중요하다. 기존 조직에서는 비용, 보안, 권력유지 등을 이유로 필요한 사람들에게만 (때로는 왜곡된) 정보를 공유했다. 하지만 이러한 방식의 정보 공유는 누구에게나 열린 네트워크 조직에는 적합하지 않다. 블록체인은 누구나 볼 수 있지만 아무도 조작할 수 없는 조직에 대한 모든 정보(계약 내용, 거래기록 등)를 제공함으로써 정보 공유의 문제를 해결했다. 이더리움에 대한 모든 정보는 이더리움 블록체인(<https://etherscan.io/>)과 깃허브(<https://github.com/ethereum/>)에 있으며 누구나 볼 수 있지만 아무도 조작할 수 없으므로 믿고 활용할 수 있다.

4. 합의에 기반한 의사결정

기존의 조직에서는 윗사람(결국은 사장)이 결정함으로써 문제를 해결했지만 윗사람이 없는 조직에서는 각자에게 맡겨두거나 합의를 이끌어 내야 한다. 그러나 블록체인 이전의 네트워크 조직에서는 빠르게 합리적인 합의를 이끌어 내는 것이 어려웠기 때문에 규모가 커지면 느슨한 연합이 될 수밖에 없었다. 블록체인은 크고 작은 의사결정을 빠르고 정확하게 합의를 이끌어 낼 수 있는 방법(예를 들어, Proof of Work, Proof of Stake, Liquid Democracy, Futarchy 등)을 제공함으로써 규모와 관계없이 같은 방식으로 의사결정이 가능하다.

기존에도 조직 없는 조직화 현상이 존재했지만 대부분 작은 규모이거나 느슨한 연합(예를 들어, Alcoholics Anonymous)일 수밖에 없었다. 하지만 블록체인은 거의 모든 분야에 무한한 규모의 조직화를 실현 가능하게 만들었다. 이 가능성을 구체화시키는 것은 우리의 상상력과 실행력에 달려 있을 뿐이다.

참고 문헌

- 노상규(2016), 『오가닉 비즈니스』, 오가닉미디어랩.
 윤지영(2016), 『오가닉 미디어』, 오가닉미디어랩.
 윤지영(2017), 『오가닉 마케팅』, 오가닉미디어랩.
 윤지영(2018. 3. 29.), 「블록체인과 오가닉 네트워크」, 열린 쿠킹클래스.
 Brafman, Ori and Rod A. Beckstrom (2006), *The Starfish and the Spider*, Portfilio.
 Laloux, Frederic and Ken Wilber (2014), *Reinventing Organizations*, Nelson Parker.
 Raymond, Eric S. (1999), *The Cathedral & the Bazaar*, O'Reilly Linux.
 Robertson, Brian J. (2015), *Holacracy*, Penguin Books Ltd.
 Szabo, Nick (1996), "Smart Contracts: Building Blocks for Digital Markets."